

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК КАНАЛ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Новгородцева А.Н. ,  
кандидат социологических наук,  
доцент кафедры теории и  
истории социологии, УрФУ*

*Сивкова Н.И. ,  
доцент, кандидат социологических наук,  
доцент кафедры  
социально-политических наук, УрФУ E-mail:  
[novgorodtceva\\_anastasia@rambler.ru](mailto:novgorodtceva_anastasia@rambler.ru), [letica@mail.ru](mailto:letica@mail.ru)*

## SOCIAL NETWORKS AS A CHANNEL OF SOCIAL-POLITICAL COMMUNICATION

**Аннотация:** Благодаря представленным результатам конкретных социологических исследований, авторы обращают внимание на потенциал интернет, и в частности социальных сетей как канала социально-политической коммуникации. Особое место в статье занимает проблема формирования протестного движения посредством блогов и групп в социальных сетях.

**Ключевые слова:** социальные сети, социально-политическая коммуникация, каналы коммуникации

**Abstract:** The article contains the results of sociological research, the authors draw attention to the potential of the Internet, particularly social networks as a channel for social and political communication. A special place in the article is the problem of the formation of the protest movement through blogs and groups in social networks.

**Keywords:** social networks, social and political communication, communication channels

Проблема изучения роли интернета в формировании социально-политических ориентаций населения стала особо актуальной последние несколько лет. Все больше людей получают информацию о политических и экономических

процессах с помощью интернета, свидетельство тому данные социологических исследований: так предпочитают получать информацию о решениях властей из интернета 73% респондентов, по ТВ только 68%. При этом пользователи интернет имеют возможность не только получать сведения из различных сайтов, но и представлять на общественное обсуждение свое мнение, отстаивать личную позицию в блогах, на форумах. С их помощью оказывается постоянное и массированное формирование ориентаций и установок индивидов, как на характер восприятия информации, так и возможные действия под ее влиянием.

Основными ресурсными площадками интернет являются не только сайты, но и социальные сети, блоги, форумы. Мониторинг ориентаций пользователей интернет показал, что они интересуются всеми возможностями, предоставляемыми интернет: регистрируются в социальных сетях, пишут и читают блоги, участвуют в форумах. Это связано с тем, что каждый ресурс представляет собой уникальную площадку для реализации конкретных целей и задач. Так социальные сети привлекают общением, возможностью доступа к файлообменнику. А блоги – это возможность прикоснуться к идеям и мыслям интеллектуальной элиты, что помогает сформировать собственную позицию. Блоги – это среда лидеров мнения. А социальные сети – это возможность объединения вокруг идеи, действия.

Социальные сети и блоги имеют свои сильные и слабые стороны как коммуникативный и информационный канал (статья написана по материалам мониторинга протестных настроений пользователей интернет в Екатеринбурге в 2013-2014 гг., методами сбора информации выступали серия фокус-групп, опрос). Фокус-группы с молодежью Екатеринбурга показали, что сильными сторонами социальных сетей являются:

Во-первых, возможность свободного общения, связанного с поиском новых знакомых в сети вне географических границ, а также возможность преодолеть те барьеры общения, которые существуют в реальности. Снятие этих барьеров дает возможность некой психологической разрядки участников коммуникационного процесса, с одной стороны, с другой стороны, может эмоционально вовлечь и эмоционально зарядить участников процесса коммуникации (механизм вовлечения доказал свою эффективность благодаря инициированным в социальных сетях флеш-мобам).

Во-вторых, возможность объединяться в сообщества по интересам (одноклассников, играющих в одно приложение и т.д.) и организация реальных и виртуальных встреч. *«Это позволяет найти целому сообществу людей, подходящих для себя людей для общения, то есть какой-то круг общения по интересам, то есть это может быть очень широкий круг, и в то же время очень узкий, специализированный, то есть, не знаю, от любителя Френка Синатра, до поклонников американского футбола, и вот каждый человек может найти себе собеседника по теме, его интересующей» (работающая молодежь).*

В-третьих, оперативность передачи информации и возможность делиться значимой информацией, быть в курсе новостей и последних событий в значимой рефрентной группе.

В-четвертых, возможность контроля участников. *«Дело в том, что классические соц. сети это схема добавления в друзья, подтверждение добавления в друзья. Она дает некоторые ограничения. Я не захотел добавлять ни кого в друзья. У меня есть 5 надежных друзей, я их подписал куда надо, и сидим тихонечко, вспоминаем старые времена. Это узкий круг» (блоггер).*

В заключение рассмотрения сильных сторон социальных сетей отметим их роль в группообразовании. *«Сила в том, что за довольно не большой срок можно набрать большое количество единомышленников», «Сила в организации какой-то группы, в понимании, сколько у тебя сторонников в дальнейшем некий статистический фактор» (Блоггеры).* В данном высказывании блоггера обнаруживается одна из важнейших характеристик социальных сетей как канала социально-политической коммуникации – быстрая организация групп единомышленников. Попробуем далее выделить достоинства и недостатки социальных сетей как канала социально-политической информации.

К достоинствам социальных сетей как канала социально-политической коммуникации относятся: скорость распространения информации, широта охвата аудитории, возможность обсуждения социально-политических и экономических проблем среди своих друзей; возможность высказать все, что участник считает актуальным и важным для него; возможность взаимодействия с властью, присутствующей в социальных сетях; возможность организовать и принять приглашение на мероприятия; возможность создать группу по формам и способам

социально-политической активности; возможность привлечь разновозрастную аудиторию.

Недостатками социальных сетей как канала социально-политической коммуникации являются, во-первых, сознательное искажение информации, участники коммуникации не могут проверить ее истинность. Во-вторых, имитация сплоченности, когда количество друзей или участников слишком большое, чтобы поддерживать связь со всеми, и низкий отклик при перенесении общения из сети в режим встречи (желающих прийти на событие регистрируется намного больше, чем реально присутствующих на встрече). В-третьих, огромное количество в социальных сетях информации деструктивного характера и отсутствие какой-либо защищенности от ее распространения и воздействия. По данным социологических исследований интернет аудитории, проведенных в Екатеринбурге 2013-2014 гг. около 77% опрошенных пользователей признают существование в интернете вредной информации. *«Там много скажем её разврата, да, не только этого всего. То есть преступность тоже какая-то существует, наркотики продают через контакт, да» (работающая молодежь)*. Это связано, прежде всего, с плохим контролем администрации сайта (допускают непростительные рекламные материалы – реклама финансовых пирамид, наркотиков, суицида). *«А вот эта обезличенность и псевдо защищённость, как бы, чтож случится, стоит тут железная коробка, что она сделает, не осознаёт общество опасности вот этой вот» (работающая молодежь)*.

В-четвертых, просмотр страничек в социальных сетях вызывает привычку, которая не воспринимается пользователями как положительное явление – *«Это как наркотик» (ФГ студенты)* (даже школьниками, студентами). Многими воспринимается как трата времени (отвлекает от работы, учебы). Может привести к сложностям в личном общении *«Сейчас, когда у всех телефоны или даже смартфоны, все сидят в них уткнувшись и не разговаривают» (ФГ студенты)*.

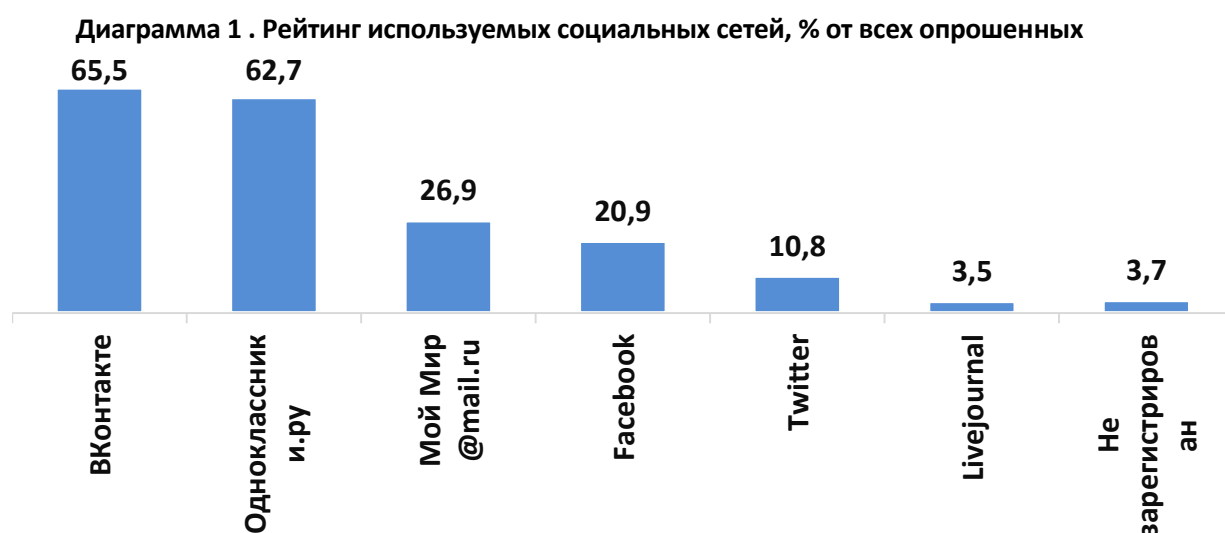
В-пятых, это навязчивые и проданные контакты. *«Это комплексы людей, есть по 10 тысяч людей, и я не знаю, что с ними со всеми делать. Это просто в шоке бываю, и, причём просят люди, друзья какие-то, я вообще не знаю» (работающая молодежь)*. *«А напишет какой-нибудь пойдёт и твои данные*

продаст какой-нибудь конторе, которая будет тебе названивать» (работающая молодежь).

В-шестых, несовпадение намерения – согласия с идеей и реального действия – реализация идеи (слабость в реакции): «А слабость в том что очень многие просто предпочтут поставить лайк и перепостить новость о том, что встречаемся там-то. Ведут активность в онлайне, а в офлайне не готовы» (блоггеры).

В-седьмых, отсутствие личной ответственности – «Слабость в том, что это не конкретно сформированная окончательно группа, в которой есть определенная градация, лидеры и иерархия. Т.е человек, который может быть и солидарен с мнением группы, но он до конца не организован и ответственности на себе не ощущает» (блоггеры). В-восьмых, это сложность управления – «Слабость в том, что тяжело управлять. Когда много сторонников каждый перетягивает одеяло на себя. Тяжело управлять. Лучше выделить определенную группу людей. Которая будет двигать массы дальше» (блоггеры).

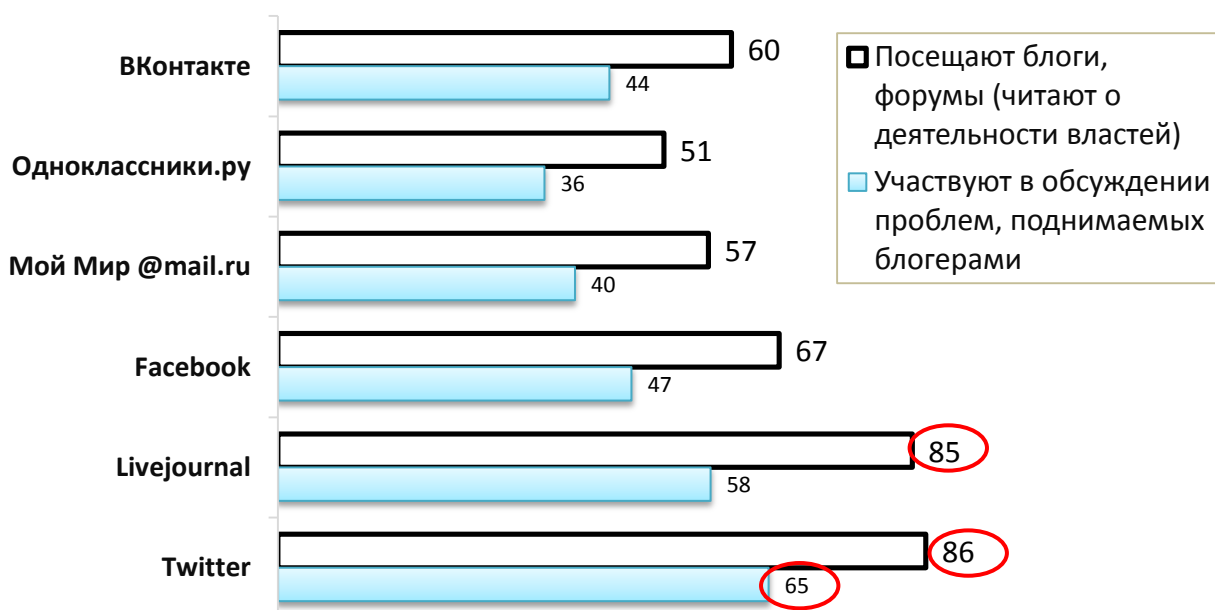
Рассмотрим далее, какие же социальные сети наиболее популярны среди пользователей интернет, и какова доля тех, кто посещает форумы и блоги с целью получения политической информации.



По результатам опроса интернет-пользователей Екатеринбурга наиболее популярными и используемыми социальными интернет-сетями являются сеть ВКонтакте (66%) и сеть Одноклассники (63%). Другие социальные сети

используют не так часто, лишь четверть или менее четверти опрошенных. Такие сети, которые предполагают формат блога (это Живой Журнал и Твиттер) используются лишь небольшой частью опрошенных – Твиттером пользуются 11%, а Живым Журналом – менее 4% респондентов.

**Диаграмма 2. Доля посетителей форумов и блогов (с целью получения политической информации) среди пользователей различных социальных сетей, % от пользователей каждой сети**



Аудитория различных социальных сетей различается по своему составу и поведенческим характеристикам (условно разделенных на тех, кто предпочитает «читать» - только просматривать блоги; и тех, кто «пишет» - кто оставляет свои комментарии, является автором текста). Также она различается и по степени активности в интернет-пространстве. Например, среди пользователей сети ВКонтакте 60% посещают блоги и форумы для получения политической информации, и 44% участвуют в обсуждении проблем. Однако эти пользователи – не самые активные. Значительно более активными в обоих направлениях (и «читать», и «писать») оказываются пользователи блог-платформ: Фэйсбука, Живого Журнала и Твиттера (более 80% среди пользователей Твиттера и ЖЖ черпают политическую информацию на блогах и форумах, и около 60% публикуют свое мнение). А наименее активными оказались пользователи сети Одноклассники.

Среди пользователей «российских» сетей (ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир) относительно велика доля «аутсайдеров» (более 30%) и относительно низка

доля активных пользователей (не более 45%). Тогда как среди пользователей Живого Журнала и Твиттера доля аутсайдеров не превышает 15%, а преобладающее большинство – это именно активные пользователи (около 60%). Активнее всего ведут себя пользователи Твиттера (и «читают», и «пишут»).

Почему так важно изучать то, что пишут в блогах и форумах, и тех, кто их читает? В том числе потому, что наиболее важной темой исследования интернет пространства является формирование протестного движения.

Интернет активно используется для распространения информации, способствующей усилению протестной активности и активности экстремистского характера, направленной на формирование больших групп протестующих на центральных площадях городов. Интернет дает возможность за короткое время, используя социальные сети, блоги, сайты, вызывать негативные эмоции у тех или иных социальных групп, побуждающие их к стихийным протестам. Исследования показывают, что как минимум треть пользователей социальных сетей готовы принять участие в протестных акциях.

Рассмотрим один из примеров исследования потенциала протестного настроения среди населения. Стимулом в данном случае стал вопрос – о возможных реакциях на неодобряемые решения населением. Посмотрим, какова же будет реакция представителей разных социальных сетей на «неправильные» решения Госдумы. Наиболее популярный ответ – смирюсь и буду выполнять – характерен для всех групп, но не доминирующий (не более 30% в каждой группе – см. Таблица 1). Позиции пользователей Вконтакте и Одноклассников схожи – на втором месте представлена позиция пассивного отрицания - не обращаю внимания на всякие решения органов власти. Для представителей Моего мира этот вопрос вызвал затруднения.

Таблица 1

Реакция опрошенных на «неправильные» решения Госдумы				
Реакция на неправильные решения Госдумы	k	v acebook	f klassniki	odno ой мир

1.	не стану их выполнять	1	1	16,8	1
	4,41%	3,16%	0%	2,28%	
2.	буду агитировать других против их выполнения	3	7	2,40	5
	,39%	,89%	%	,26%	
3.	приму участие в акциях протеста, если такие будут	1	3	16,8	1
	6,95%	1,58%	0%	7,54%	
4.	стану сам организовывать акции протеста	3	5	2,40	7
	,39%	,26%	%	,02%	
5.	не обращаю внимания на всякие решения органов власти	2	1	20,0	1
	1,19%	8,42%	0%	5,79%	
6.	смирюсь и буду выполнять	2	2	29,6	2
	7,12%	8,95%	0%	9,82%	
7.	затрудняюсь ответить	1	7	17,6	2
	8,64%	,89%	0%	8,07%	
8.	другое	4	5	3,20	1
	,24%	,26%	%	,75%	

Но для представителей Фейсбук – на первом месте – оказывается стремление выразить протест – приму участие в акциях протеста, если такие будут. Среди этой группы максимальное количество агитаторов (7,89%), хотя инициаторов больше среди зарегистрированных в Моем мире (стану сам организовывать акции протеста – 7,02%). Такие данные позволяют сделать вывод об активной и деятельностной составляющей в поведении пользователей социальных сетей Фейсбук. И при этом можно выделить противоречия в поведенческих стратегиях тех, кто зарегистрирован в Моем мире, с одной стороны, среди именно этой группы больший процент готовых инициировать протестное движение (назовем их «инициативной группой»), с другой стороны, в этой группе также большой процент не включенных в политические процессы (затруднившихся ответить). Это, с одной стороны, свидетельство неоднородности данной группы. С другой стороны, это может быть связано со спецификой процессов, в последнее время благодаря теленовостям и сведениям из интернет, как на уровне российских событий, так и международных, становится очевидным, что одним из действенных механизмов привлечения внимания к проблеме – является демонстрации и митинги (публичное выражение протеста). И эту тенденцию готовы подхватить определенные группы населения.

В целом социальные сети как канал социально-политической активности имеет свои достоинства и недостатки. Так, с одной стороны, это и оперативное получение новостей – сводок основных проблемных точек, возможность их актуализации за счет обсуждения с друзьями и в группах. С другой стороны,



разные статусно-возрастные группы по-разному проявляют себя в пространстве социальных сетей. Так, наличие сформированной позиции и даже готовность к неким действиям присуща в большей степени работающей молодежи (признание права на самосуд). Для студенческой молодежи нужен герой, чтобы захотеть обратить внимание на эти проблемы. Для школьников ответственность переносится на общество в целом – в коллективном объединении и решении проблем.